Sommaire

Préface VII

Préambule de la collection IX

L'environnement des petites entreprises se transforme IX

À qui s'adresse cette collection ? XI

Des outils pratiques et adaptables à votre situation propre XII

Introduction XIII

Des outils d'écoute pour mieux fidéliser ses clients et améliorer la compétitivité de son entreprise XIII

Des outils d'écoute adaptés aux spécificités des petites structures XIV

Des exemples de l'intérêt d'écouter le client avant d'agir XIV

Contenu de l'ouvrage XV

Mode de présentation de l'ouvrage XVI

Les résultats pour le professionnel XVI

Les termes utilisés XVI

1 Le client au cœur de l'activité 1

1.1 Traditionnellement, le client n'avait pas un rôle central 2

1.2 Les causes de cette situation 2

1.3 La « redécouverte » du client 3

1.4 Le cas des petites / moyennes entreprises et des indépendants 4

1.5 Le client a-t-il toujours raison ? 5

1.6 Synthèse 6

2 Les principaux outils d'écoute 7

2.1 Les 4 étapes de l'orientation client : écouter, satisfaire, s'améliorer et mesurer 7

2.2 Le mode d'emploi des outils d'écoute du client 11

3 L'identification des besoins du client 13
3.1 La connaissance « intuitive » ne suffit pas 14
3.2 Le mode d'emploi de l'identification formelle des besoins 15
3.3 Application à votre situation 20

4 L'évaluation de la satisfaction du client 23
4.1 L'intérêt de l'évaluation de la satisfaction client 24
4.2 Le PQQOQC de l'évaluation de la satisfaction client 25
4.3 Les réclamations 28
4.4 L'évaluation verbale 29
4.5 L'enquête de satisfaction 31
4.6 Application à votre situation 36

5 Le choix des priorités d'amélioration 37
5.1 La procédure de traitement des réclamations 37
5.2 La « grille des choix » 39
5.3 L'analyse des causes 42
5.4 Application à votre situation 42

6 La mesure des résultats clients 43
6.1 Les trois types d'indicateurs 43
6.2 Les indicateurs de satisfaction 44
6.3 Les indicateurs de fidélisation 45
6.4 Les indicateurs de pénétration d'une cible donnée 46
6.5 Le mode d'emploi de la mesure des résultats clients 47
6.6 Application à votre situation 50

7 Grilles d'auto-diagnostic et formulaires d'enquête 51
7.1 La grille d'analyse et de hiérarchisation des besoins 52
7.2 Le suivi des réclamations 53
7.3 Préambule à une enquête de satisfaction 54
7.4 Questionnaire simplifié 55
7.5 Questionnaire développé 56
7.6 La procédure de traitement des réclamations 57
7.7 La grille des choix 58
7.8 Les indicateurs de suivi de la relation client 59

Conclusion générale 61

Glossaire 65

Bibliographie 69